

银行自产金条价格贵于金店

差价最大达每克14.3元

黄金类饰品市场的热度正随着春节将至越来越火热。目前,由于国际金价下跌势头依然明显,很多银行和一些知名黄金店铺也下调了金价,这让很多有买黄金打算的消费者掀起了“扫金狂潮”。

据《证券日报》记者走访了解,以投资金条为例,在不同银行,每天的每克金价都各不相同,和金店相比,最高时差距可达近15元/克;即便是在同一家银行,根据购买的克重不同以及客户级别不同,也会有每克2元到4元不等的价格差异。

银行业内人士表示,现货黄金市场对于国内黄金首饰市场的定价影响巨大,黄金价格持续下跌,目前购入黄金饰品较划算。

“出身不同”金条身价不同

近日,记者走访了北京地区多家银行发现,受国际金价大跌和传统节日消费到来的双重因素刺激,人们的购金热情高涨。

记者在一家国有大行网点看到,在该行销售的贵金属清单上,其不仅出售自己银行的产品,还代销其他厂家出售的产品。当日的普通金条价格为2786元/克,回购价差为16.5元;生肖金条的价格则接近300元/克。

在另一家国有大行网点,据该行的工作人员介绍,银行出售的自有产品主要以各类规格的金条为主,代销的产品目前则主打“鸡年概念”。在记者走访当日,该银行的普通金条售价为280元/克,生肖金条价格每克可优惠6元,最低折合相当于284元/克。当记者询问为什么该行的黄金价格比其他银行略高时,该行的客户经理解释说:“在每日公布的金价的基础上,各家银行都有一定自主定价的空间,但差距不会太大,另外也要看各行的回购价是多少。”

记者也走访了部分中小银行,



资料图片

发现普通金条的价格都相差不多,在274元/克至276.5元/克之间。而上述银行的黄金饰品价格则相差较多,不同金饰由于制作工艺或厂家不同,折算成每克的价格较当日金价上浮差异较大。该行的工作人员解释道:“购买饰品肯定不能完全按克数计算,工艺简单的金饰品最低折合相当于290元/克,复杂的要600元/克以上,后者大多属于工艺品。”

除了不同银行售价不同外,在同一家银行网点由于购买的克重不同以及客户级别不同,也会有2元到4元不等的优惠幅度。

以普通金条为例,在记者向某国有银行工作人员咨询每克的价格时,该行的工作人员表示:“每天的价格都不一样,购买的克数不同也不一样,购买100克以上每克优惠2元,购买500克以上每克优惠4元。另外,如果是白金卡、财富卡、私人银行卡的客户每克可以优

惠3元。”

记者在另一家城商行网点也遇到了类似的情况,“如果是贵宾客户,可以享受每克优惠4元,而普通客户每克优惠2元。”该行的客户经理向记者介绍道。

在记者走访的金店中,有一家金店普通金条价格最低,售价仅为每克265.7元,与上面提到的银行普通金条的最高价(280元/克)相差14.3元/克。

居民黄金消费热情大幅攀升

近段时间以来,国际金价持续下跌,带来黄金饰品价格的联动下跌。春节是实物黄金消费高峰,加上近期金价下跌,黄金销售的高峰已经提前到来。业内人士预计,这股黄金消费热潮或将延续到春节,黄金饰品品类中,各种生肖主题的饰品,尤其是鸡生肖系列的黄金饰品款式,以及中老年人和儿童佩戴

的金手镯、金项链等是黄金销售的畅销品。

某金店的工作人员表示,最近购买黄金的人比较多,特别是周末人更多,无论金价涨还是跌,都会有一波刚性需求的购金潮。每年10月至次年2月都属于黄金销售旺季,用于结婚、送礼的黄金刚性需求明显增多。

在某黄金专柜,前来挑选生肖饰品、金条的顾客也不少。“我们的饰品制作比较精美,3D系列产品尤其精致,整体价格也不高,带工艺的金条才306元/克,所以青睐此类产品的顾客很多。”该黄金专柜工作人员介绍说。

某银行的客户经理告诉记者:“近期实物黄金的交易比较火爆。由于近期黄金价格回落到相对较低的价格区间,出现了相对明显的投资机会,高净值人群开始考虑购买黄金规避汇率波动。”

(彭妍)



学生考试 家长监考

昨日,佩戴监考工作证的家长在考场中巡视。当日是市长虹学校期末考试的日子,学校专门聘请了部分家长担当起了监考员,和老师一起共同监督考场的秩序。★
本报记者 李英平 摄

春节跑高速别带这些东西 交警很可能会没收

马上过年了,现在很多人选择开车跑高速回家,距离短还好点,要是开上10个小时,不仅坐车的人不好受,而且对开车的人来说,更是一个大折磨。这种情况下大家一般都会提前在车里放一些东西,可以在坐车的时候舒服一些。但是有的东西是绝对不能放的,交警会见一次收一次,要是真的出了什么情况,这些东西关键时刻还会要命。

一、安全带限位器

平时系安全带就会觉得有点不舒服,更何况要连续被安全带绑

那么长时间。所以很多司机都会在安全带上夹个夹子,这个夹子就是安全带限位器,这样安全带在收缩的时候会被夹子卡住,从而不会收紧,留在外面的安全带也长了。

不过这样很危险,要是遇上紧急刹车的情况,安全带不能保护司机身体不向前倾斜,司机就会撞到零件上,甚至会飞出去。

二、方向盘助力球

跑高速为了放松一下双手,很多人会在方向盘上安助力球,一只手就可以轻轻松松打方向盘了。这是非常不安全的,速度过快打方

向容易不小心打死方向盘,会出现撞击的声音。一旦出现车祸,突出的助力球会给人造成二次伤害。

三、遮阳板CD套

有的司机为了让自己的车看起来高级一些,会把车子的遮阳板改成遮阳板CD套。但要是车子忽然发生碰撞紧急刹车的話,CD就会因为惯性飞出来,就像一把把飞刀,躲都来不及,后果真是不敢想。

四、毛茸茸的方向盘套

开车跑高速本来时间就长,再加上长期握着方向盘,手肯定

会不舒服,所以很多人会弄一个毛茸茸的方向盘套。这样做的话方向盘一下子就变粗了,有的司机根本就握不过去,很容易打滑,出现危险。

五、手机方向盘卡

别看把手机架在上面既可以导航,又可以看信息,挺方便的,可有了它之后司机不自觉地就会看手机。跑高速的时候,低头1秒钟相当于“盲驾”几十米,要是前面有什么情况,那真是刹车都来不及。

(华龙)

海淘购物 趋于年轻化 家庭消费成主力

昨日,亚马逊中国在京发布2016跨境网购趋势报告。报告总结出中国跨境网购消费的特征与趋势,即跨境网购愈发普及并常态化,跨境网购人群年轻化、跨境网购更趋品质化和免费跨境配送释放消费潜力。

随着海淘的不断普及,跨境网购正在逐步常态化。报告显示,截至去年12月,亚马逊海外购活跃用户数量是2014年发布之初的23倍。而拥有两年以下跨境网购经验的消费者占比更是过半。

报告指出,跨境消费人群趋于年轻化,家庭成为主力群体,年轻化、高学历、高收入依然是目前亚马逊跨境消费人群的三大特点。近八成的亚马逊中国跨境消费者年龄集中在35岁以下。九成以上的亚马逊消费者拥有大专及以上学历,月收入5000元以上的消费者占比则由2015年的53%提高到了62%,提高近十个百分点。与此同时,家庭成为跨境网购群体的主力军,其中,有子女的家庭占比约84%。

报告还显示,跨境网购更趋品质化,消费者对品质与价格的关注首次持平。2015亚马逊跨境电子商务趋势报告显示,中国消费者在跨境网购中最关注价格。本次报告显示,品质与价格首次并列成为中国消费者跨境网购最为关注的两大要素,消费者对产品品质的追求不断攀升。在此大趋势之下,男、女用户对价格和品质的关注度呈现差异,男性用户更注重价格,而女性用户则更关注品质。

从地域分布来看,一线城市依然是领头羊,且以南方城市为主。去年亚马逊海外购商品销量排行十大城市分别为:北京、上海、广州、深圳、成都、杭州、南京、天津、武汉、苏州。其中苏州首次进入排行榜前十。

从性别差异上来看,一半以上的男性消费者是通过“导购网站”来选择跨境网购的平台;而对于女性来讲,被亲友安利则是一件最为幸福的事情,“亲友推荐”是近60%女性消费者选择海淘网站的关键。

而从年龄构成来看,爱海淘的绝不仅仅是年轻人,老年人也逐渐加入了跨境网购阵营。在“单笔花费在5000元以上”这一维度中,60岁以上的消费者占比最高。

从星座方面看,巨蟹座荣登买买买星座冠军,在“海淘花费总额超过1万元”“每笔订单花费在5000元以上”和“月均海淘7次以上”三个维度的用户中占比最高;水瓶座摘得省钱冠军,在“海淘花费总额1000元以下”和“月均海淘1次以下”两个维度的用户中占比最高;天蝎座对运费及关税问题最为关注,他们善于找到跨境运费最划算的商品,荣登“最精明的星座”;狮子座和双鱼座对到货周期问题最为在意,获得“最焦虑的星座”称号;金牛座最关心国际尺码之间的换算问题,成为“最实际的星座”。

(新华)